

“하나된 몸짓이 필요한 때”

이제 양돈인들은
텔레비전 속에서
돼지들이 뛰어놀게
하면서 소비시장을
개척하는 것을 필두로
각자 영업사원이 되어
소비자들을 설득시켜
나가야 한다.



김인호
(서울신약 이사)

양돈업의 앞 날을 놓고 목청
크기 만큼이나 다양하게 많은
말을 하고 있다. 그 “말”들의 가
공력은 상상을 초월할 정도여
서 눈 깜짝할 사이에 엄청난 말
로 부화돼 버린다. 이를테면,
“양돈하기가 어려워졌어”라는
말이 “양돈업은 사양산업이다”
라는 충격적인 말로 부화될 정
도로 말이다.

누가 양돈업을 사양산업 되
게 했다는 말인가. 책임소재를
찾아 거슬러 올라가면, 버티고
앉아 “내 책임이다”라고 말할
주인이 없다. 잘못된 것은 남의
탓이고, 잘 한 것만 골라 “내가
했다”라고 하는 풍토가 언제까
지 가야 되는 걸까. 아무도 추스
릴 주인없는 말들이 양돈업을
이끌어 가고 있다면 응당 양돈

업은 막다른 골목까지 온 거나
다를 바 없다고 봐야 된다.

그러나 이제 갓 고등학교를
졸업한 양돈업이 양돈다운 양
돈을 할 수 있는 대학진출도 못
해 보고 주저 앉아서야. 양돈대
학의 수업료가 다소 비싸게 친
다해서 업 자체를 포기한다 해
서야…….

수업료가 올라 생산비가 추
가된다면 품질을 향상시켜 비
싼 값으로 판매해야 될 것 아니
겠는가. 생산만 해 놓으면 유통
업자가 가지고 가던 시대는 지
났다고 봐야 된다. 양돈업도 이
제는 본격적인 마케팅 전략을
펼쳐야 될 때이다 라고 봐야 된
다. 그렇게 하기 위해선, 양돈업
을 하는 각자가 생산해서 소비
자가 찾도록 직접 홍보하여 유

통까지도 본인이 해야만 된다.

양돈인들이 하나된 몸짓으로
펼쳐야 될 마케팅 전략은 “에스
키모인들에게 대형냉장고를 다
량 판매할 수 있는 전략”을 세
우는 입장에서 수립되어야
된다. 부단한 노력없이 어떻게
에스키모인들에게 냉장고의 필
요성을 설득시켜 구매욕을 불
러 일으킬 수 있다는 말인가.

돼지고기의 필요성을 소비자
들에게 제대로 홍보한 적이 있
었다는 말인가. 돼지고기가 필
요하다는 내용이 실린 마스크
들이 왜 하필 양돈인 근처에서
만 맴돌고 있어야 하나. 감기약
과 화장품이 텔레비전 속에서
활개를 치고 다닌다. 그러나 농
촌소득의 주원인 돼지고기 소
비 홍보거리는 텔레비전 근처

에 얼씬거리지도 못하고 있다.

감기약과 화장품 경영이 양돈경영을 앞섰기 때문이라고 봐야 되는가. 개인과 단체의 차이점일 뿐이다. 단체는 그만큼 행동하는 몸짓이 다양해져 추진행동을 결정하는 의견일치가 어렵다는 뜻일 게다.

앞으로 양돈인이 해야 될 일은 양돈업을 한 사람이 움직이는 기업으로 간주하고 뜻을 모아 한 몸짓으로 본격적인 시장개척 활동을 하는 일이다. 지금까지는 독과점 품목이었으나, 수입개방으로 경쟁제품이 생겼다고 봐야 된다. 해서 우리 모두가 영업일선에 나서지 않으면 아니된다.

경쟁시대에 요구하는 것은 신제품 개발을 포함한 품질개선과 시장개척을 위한 적극적인 영업활동이다. "세상은 넓고 할 일은 많다"라는 모 기업 대표자의 말처럼 우리 양돈인들도 찾아서 해야 될 일이 너무 많은게 아닐까.

「내 입을 통해서 나간 말이 꼭 실천되어야 된다」라는 고집스러움을 조금씩 누그러 뜨리고, 공익이 되는 큰 뜻이 있다면 그 뜻에 따라가 주는 게 좋다. 아침 저녁으로 거울빛으로 갈고 닦던 자가용을 팔아서라도 양돈인 전체를 살리는데 총력을 다할 수 있는 마음가짐이 필



요한 때이다.

앞으로는 양돈인들도 양돈업 전체를 일반기업 하나로 간주하고 기업이 조직력으로 문제를 풀어가듯 당면한 과제를 풀어가야 되리라 본다. 내가 살아남기 위해서 남이 죽어 주어야 되는 뚝심 측량시대는 이미 지나갔다고 봐야 된다. 지금 필요한 것은 양돈인 전체가 부담하는 융자돈을 얻어서라도 모두가 똑같은 길이만큼 팔을 걷어부치고 기업조직처럼 움직이는 것이다.

텔레비전 속에서 돼지들이 뛰어 놀게끔 하면서 소비시장을 개척하는 것을 필두로 각자가 영업사원이 되어 소비자들을 설득시키는 일을 해야 된다. 지금까지는 양돈의 앞 날을 놓고 양돈인의 귀로만 들을 수 있는 이야기를 해오고 있었다. 그러나 앞으로는 일반 소비자가 알아 들을 수 있는 얘기를 해보자.

일반소비자들의 시선이 집중되는 곳이나 일반소비자들이 자주 드나드는 곳에 돼지에 얽힌 사연들이 눈에 띄도록 해보자. 돼지고기 요리책을 만들어 전국의 서점에 비치하고, 더 나아가 전국의 음식점에도 직접 배포해 준다랄지, 아니면 각 가정에게까지라도 우송해 준달지, 또는 양돈신문을 만들어 소비자들에게 돼지고기에 대한 인식도를 높여준달지, 곁들여 텔레비전 시청율이 높은 시간을 택해 지속적인 광고를 해준달지 등등, 과연 이 많은 일들을 누가 해야 되는 걸까.

나 아닌 다른 사람이 해주겠지라는 생각이라면 양돈업이 성장산업이라는 희망을 갖기가 어렵게 된다. 우리 모두 허리띠를 좀 더 졸라매고라도 소비자를 설득시키는 일부터 해보자. 소비시장을 개척하기 위한 해나된 몸짓이 절실히 요구되는 때이다. **필사**